

PAINTED VISIONS

- *Androgyynin sukkamalliston suunnittelu kaudelle SS18*



Opinnäytetyö
Kevät 2017
Mira-Liina Skyttälä

Metropolia ammattikorkeakoulu
Muotoilun koulutusohjelma
Tekstiilisuunnittelu

Tekijä
Otsikko
Sivumäärä
Aika
Tutkinto
Koulutusohjelma
Suuntautumisvaihtoehto
Ohjaajat

Mira-Liina Skyttälä
PAINTED VISIONS -Androgynnin sukkamalliston suunnittelu kaudelle SS18
38
20.04.2017
Muotoilija AMK
Muotoilun koulutusohjelma
Tekstiilisuunnittelu
Lehtori Tuija Nieminen
Lehtori Tiina Karhu

Author
Title
Number of pages
Date
Degree
Degree programme
Specialisation option
Instructor

Mira-Liina Skyttälä
PAINTED VISIONS -Designing an androgynous sock collection for season SS18
38
20.04.2017
Bachelor of Culture and Arts
Design
Textile Design
Tuija Nieminen, Senior Lecturer
Tiina Karhu, Senior Lecturer MA

Tiivistelmä

Tämän opinnäytetyön aiheena on androgynnin sukkamalliston suunnittelu. Työn hankkeistaa suomalainen sukkavalmistaja, Sukkamestarit Oy. Työn toiminnallinen osuus käsittelee malliston suunnittelua ja toteutusta. Tutkimuksellinen osuus perehtyy sukupuoleen, pukeutumiseen sekä androgyniaan.

Inspiraationa aihevalinnalle oli tekijän aikaisempi yhteistyö hankkeistajan kanssa sekä kasvanut kiinnostus pukeutumisen sukupuolisidonnaisuutta kohtaan.

Tutkimuksen tavoitteena on avata lukijalle sukupuolen ja pukeutumisen suhdetta sekä androgyniaa niin nykyhetken, kuin historian kautta. Tutkimus toimii inspiraationa ja kehyksenä suunnitteluprosessille, jossa luodaan kuuden sukkamallin mallisto kaudelle spring-summer 2018 (SS18). Haasteena on androgynnin muotokielen tavoittaminen suunniteltavissa malleissa.

Avainsanat: Sukupuoli, pukeutuminen, androgynia, sukka

Abstract

The subject of this thesis is to design an androgynous sock collection. The client of the thesis is a Finnish sock manufacturer, Sukkamestarit Oy. The inspiration for the subject was the previous collaboration with the client and writer's own growing personal interest in gender and fashion.

The functional part of the thesis consists of the design process. The theoretical part studies the relationship between gender and dressing as well as the phenomena of androgyny. The aim of the study is to open the subject to the reader as well as use it as an inspiration and frame for the design.

The final product is a six piece sock collection for the spring-summer season 2018. The challenge is to reach the androgynous look in the designs.

Keywords: Gender, dressing, androgyny, sock

SISÄLLYSLUETTELO

1 Johdanto	4
2 Tutkimuksen esittely	5
2.1 Tutkimuskysymys ja viitekehys	6
2.3 Hankkeistajan esittely	7
3 Sukupuolijärjestelmä	8
3.2 Maskuliinisuus pukeutumisessa	9
3.3 Feminiinisyys pukeutumisessa	10
4 Unisex-muoti	11
5 Androgyniamyytti	12
6 Moderni androgynia ja Z-sukupolvi	13
7 Androgyynin muodin historia	14
7.1 Gabriel 'Coco' Chanel	14
7.2 Le Smoking	15
7.3 Peacock Revolution	16
7.4 1980 -ja 1990-luvun popkulttuuri	17
8 Suunnitteluprosessi	18
8.1 Suunnittelun lähtökohdat	19
8.2 Neulotun pinnan suunnittelu	19
8.3 Inspiraatio ja teema	20
8.4 Väri	20
8.5 Kohderyhmä	21
9 Lookbook	27
10 Lopuksi	34
Lähteet	35
Liitteet	37

1 Johdanto

Suoritin toisen työharjoitteluni suunnittelemalla malliston suomalaiselle sukkavalmistajalle, Sukkamestarit Oy:lle ja heidän omalle tuotemerkillään. Suunnittelemani mallit sijoituivat markettikauppaan, jossa miesten ja naisten tuotteet ovat selkeästi omia ryhmiään. Suunnittelussani jouduin siis kiinnittämään paljon huomioita sukupuolisidonnaisiin visuaalisiin elementteihin, kuten väreihin ja symboleihin. Tämä toimi inspiraationa opinnäytteelleni, jossa tutkin sukupuolta, sitä ylläpitävää järjestelmää sekä sen vaikutusta pukeutumiseen. Suunnitteluprosessin inspiraationa toimii ajankohtainen ilmiö, androgynia (kuva 1), johon perehdytään sekä nykyhetken, että historian kautta.

Opinnäytteeni rakentuu tutkimuksellisesta osiosta, jossa tutkin sukupuolta ja androgyniaa sekä toiminnallisesta malliston suunnitteluprosessia kuvaavasta osiosta.

Työn tavoitteena on visuaalisesti kiinnostavan sukkamalliston luominen ja feminiinisten sekä maskuliinisten piirteiden yhdistely tasapainoiseksi androgynyiseksi kokonaisuudeksi, jonka käyttäjiä ovat sekä miehet, että naiset. Keskityn suunnittelussani ainoastaan sukan kuviointiin, enkä sen rakenteeseen, säilyttäen tutun geneerisen siluetin.

Sukupuoli, pukeutuminen ja unisex-muoti ovat olleet aiheina muutamissa opinnäytteissä, joissa myös sivutaan androgyniaa. Opinnäytteeni avaa laajemmin androgynian käsitettä ja tuo siten uuden katsantakannan aiheeseen.



Kuva 1. Androgyni muoti-ikoni Jayden Smith

2 Tutkimuksen esittely

Sukupuoliroolit ja normit, sekä niiden takana oleva sukupuoli-järjestelmä on kiehtonut minua jo pitkään. Miten ja miksi asiat luokitellaan joko feminiinisiksi tai maskuliinisiksi ja miksi niiden pitää olla toistensa vastakohtia? Tässä opinnäytteessä perehdyn asiaan muodin ja pukeutumisen kautta sekä syvennyn ilmiön visuaaliseen puoleen.

Suoritin toisen harjoitteluni suunnitellen malliston suomalaiselle sukkavalmistajalle, Sukkamestarit Oy:lle, joka on myös tämän opinnäytteen hankkeistaja. Suunnittelussa kiinnitin huomiota visuaalisten merkkien kuten värien ja symbolien sukupuolisidonnaisuuteen ja sen merkitykseen suunnittelussa.

Opinnäytetyöni aiheena on visuaaliselta ilmeeltään kokeileva sukkamallisto, joka ammentaa inspiraatiota androgyynisestä, feminiinisiä sekä maskuliinisia piirteitä yhdistelevästä muotokielestä. Tuotteena on androgyyni sukkamallisto, joka on suunnattu niin miehille kuin naisillekin. Tavoitteena on suunnitella kymmenen mallin mallisto kaudelle SS18 käyttäen hyväksi tutkimuksessa saamaani tietoa sekä kehystä, että inspiraationa suunnitteluprosessille.

Toteutan tutkimukseni tutustumalla aiheeseen liittyvään lähdeaineistoon. Aiheesta on paljon jo olemassa olevaa tutkimusta ja kirjallisuutta. Ajankohtaista tietoa saan seuraamalla mediaa. Suunnitteluprosessi toteutuu ajallisesti tutkimusosion jälkeen ja hyödyntää harjoittelussa oppimiani teknisiä taitoja, tutkimuksesta saamaani kehystä ja omaa suunnitteluosaamistani.

2.1 Tutkimuskysymys ja viitekehys

Tutkimukseni ydinkysymys on:

Miten suunnitellaan androgyyni sukkamallisto?

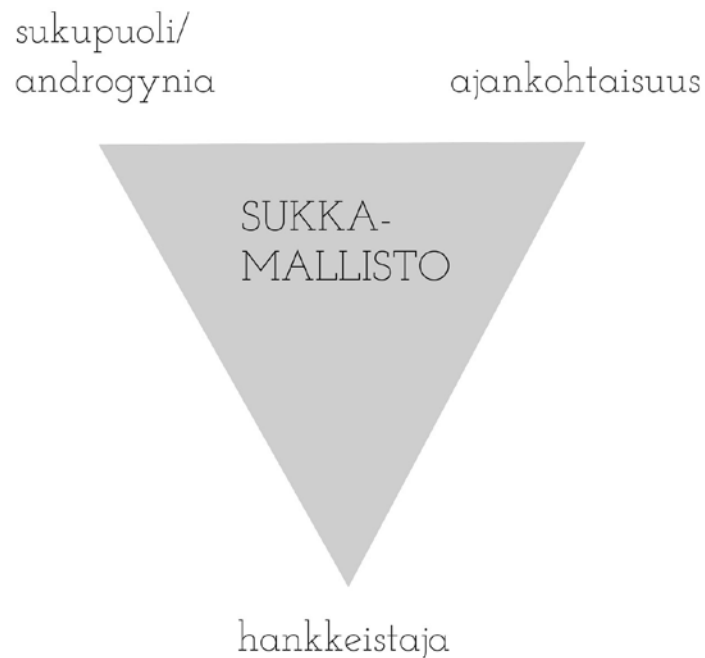
Jotta pystyn vastaamaan ydinkysymykseeni, on minun esitettävä tarkentavia lisäkysymyksiä, jotka ovat laajuudeltaan pienempiä ja tähtäävät ensimmäisen kysymyksen osaratkaisuun. Alakysymyksiäni ovat:

Miten sukupuoli/androgyyni vaikuttaa pukeutumiseen?

Mitä on feminiinisyys ja maskuliinisuus pukeutumisessa?

Mitä on androgynia?

Viitekehyksessä (kaavio 1) visualisoin opinnäytteeseeni vaikuttavat elementit. Kaikki toiminta tähtää malliston suunnitteluun. Hankkeistaja vaikuttaa luomalla suunnittelulle raamit. Tutkimuksellinen tieto sukupuolesta ja androgynias-ta tuo suunnittelulle inspiraation ja teeman. Ajankohtaisuus taas pitää sisällään trendit niin väreissä kuin kuvioissa sekä kohderyhmän.



Kaavio 1. Viitekehys

2.3 Hankkeistajan esittely

Sukkamestarit Oy on vuonna 1996 perustettu Suomen suurin sukkien valmistaja. Tuotanto tapahtuu Ylöjärvellä ja käytössä on useita neulekoneita eri materiaaleille ja käyttötarkoituksille. Sukkamestarit tuottavat sekä omaa mallistoaan, että tarjoavat alihankintapalvelua muille yrityksille.

Sukkamestareiden oma mallisto pitää sisällään niin urheiluetta vapaa-ajansukkia (kuva 2).



Kuva 2. Sukkamestarien vapaa-ajan sukkaa

3 Sukupuolijärjestelmä

Sukupuolijärjestelmä jakaa ihmiset kahteen sukupuoleen, miehiin ja naisiin. Järjestelmä on dikotominen ja asettaa siten sukupuolet toistensa vastakohtiksi (Kaiser 1997, 66). Naiseus on siis aina sitä, mitä mieheys ei ole ja toisin päin. Toisin sanoen mieheyden ja naiseuden määritelmät ovat aina riippuvaisia toisistaan. (Sipilä 1998, 26.)

Sukupuoli pitää sisällään kaksi eri puolta, biologisen ja sosiaalisen puolen (eng. sex ja gender). Biologinen sukupuoli määräytyy henkilön lisääntymissolujen mukaan, naaras - koiras. Sosiaalinen sukupuoli taas määräytyy henkilön subjektiivisesta sukupuolen kokemuksesta. (Sipilä 1998, 26.)

Sukupuolijärjestelmää ylläpitäviä voimia ovat sukupuoli-normit ja -roolit, jotka määrittävät ja ohjaavat sukupuolen jokapäiväistä toteuttamista eli performatiivista. Yhdysvaltalaisen filosofin Judith Butlerin teorian mukaan sukupuoli on performatiivi eli esitys, jota toistamalla luodaan oma sukupuoli. Butlerin mukaan biologista mieheyttä ja naiseutta ei ole, vaan ne ovat kulttuurinen tuote ja siten riippuvaisia kontekstistaan sekä jatkuvassa muutoksessa. Mieheys ja naiseus syntyy ihmisen oman toiminnan, kuten puheen, eleiden ja pukeutumisen kautta. (Kaiser 1997, 65.) Tähän performatiiviin ja sukupuolen viestimiseen kuuluu suurena osana pukeutuminen ja sen sisältämät visuaaliset merkit, kuten värit, muodot, pinnat ja symbolit.

Mieheyden ja naiseuden merkit ovat jatkuvassa muutoksessa. Nuori muoti-ikoni Jayden Smith (kuva 3) pyrkii rikkomaan rajoja sukupuolten välillä.



Kuva 3. Sukupuolirajoja rikkova Jayden Smith

3.2 Maskuliinisuus pukeutumisessa

Muoti käsitteenä nähdään vahvasti feminiinisenä ja harvoin puhutaankaan miestenmuodista, vaan enemmänkin miesten pukeutumisesta tai vaatetuksesta. Hegemonisen maskuliinisuuden tunnusmerkkejä ovat muuttumattomuus, vakavuus, käytännöllisyys ja aktiivisuus, ja se on luonteeltaan standardisoitua, univormumaista ja hillittyä. (Kaiser 2012, 128.)

Miesten pukeutumisen merkkikoodisto on suppea. Hillitty eleganssi pitää sisällään vähemmän mahdollisuuksia ja vaihtoehtoja. Ajatus miehestä hillittynä ja vaatimattomana pukeutujana juontaa juurensa valistusajan filosofeihin ja Ranskan vallankumoukseen. (Kaiser 2012, 129.) Hovin miesten yltykyläistä ja feminiinistäkin pukeutumista (kuva 4) pidettiin turhamaisena ja halveksuttavana. Vallankumouksen myötä modernin miehen sekä teollistumisen symboliksi syntyi yksinkertainen miehen puku, joka haki vaikutteita työväen asuista. (Kaiser 1997, 74.)

Pukeutumisessa maskuliinisuutta viestitään siluettien lisäksi kankailla. Erilaiset ruudut ja raidat viestivät maskuliinisuudesta järjestyksen ja muuttumattomuuden kautta.



Kuva 4. 1700-luvun Ranskan hovin pukeutumista

3.3 Feminiinisyyden pukeutumisessa

Kuten jo aiemmin sanottu, sukupuolten dikotominen kah-tiajaottelu asettaa miehen ja naisen, feminiinisyyden ja maskuliinisuuden toistensa vastakohdiksi. Muodintutkija Anna Mari Vänskän mukaan nainen nähdään pinnallisesti muuttuvana ja turhamaisena, passiivisena ja epäaktiivise-na katseen kohteena (Vänskä 2006, 93). Muoti nähdään feminiinisenä jo sen naisellisten piirteiden vuoksi - nopeasti muuttuvana ja turhamaisena (Kaiser 2012, 128).

Naisten pukeutumisessa näen kahdenlaista muutosta - no-peasti muuttuvat pinnalliset trendit, jotka nähdään luon-teeltaan feminiinisinä ja turhamaisina sekä hitaasti muuttu-va, yhteiskunnan arvoihin ja normeihin perustuva muutos, joka liittyy sukupuolten tasa-arvoistumiseen.

Vaikka Ranskan vallankumous vaikutti voimakkaasti miesten pukeutumiseen, pysyi naisten pukeutuminen lähes-tulkoon samana vielä 1900-luvun alkuun saakka. Miesten näennäisesti luopuessa turhamaisuudesta naisia kannustet-tiin vaalimaan kauneuttaan. (Kaiser 1997, 79.) Sama ilmiö näkyy vielä tänäkin päivänä juhlapukeutumisessa, jossa miesten asuna on hillittyä eleganssia ja muuttumattomuut-ta henkivä musta puku ja naiset taas edustavat pukeutumi-sellaan usein sen hetken muotia (kuva 5).

Naisten vaatetuskankaat ovat usein rakenteeltaan moni-mutkaisempia sekä kuvioiltaan orgaanisempia ja romanti-sempia heijastellen feminiinisiä piirteitä. Erilaiset kirjonnat ja pitsiapplikaatiot ovat tunnusomaisia naisten asujen yksityis-kohtia. Pastelliset sävyt mielletään myös helposti feminiini-siksi (Kaiser 2012, 129).



Kuva 5. Miehen juhlapuku

Helene Roberts 1977 (Kaiser 1997, 79)

Miehet vakavia - tummat värit, vähän koristeita

Naiset kevytmielisiä - vaaleat pastelliset värit, nauhoja, pitsiä, rusetteja

Miehet aktiivisia - Asu sallii liikkeen

Naiset passiivisia - Asu estää liikkeen (raskaat, pitkät, kerrokselliset helmat, korsetti)

Miehet vahvoja - Asu korostaa leveitä olkapäitä ja rintaa

Naiset herkkiä - Asu korostaa vyötärön kapeutta, viistot olkapäät ja pehmeä pyöreä siluetti

Miehet aggressiivisia - Terävä siluetti

Naiset alistuvia - Kahlitseva vaatetus

4 Unisex-muoti

Unisex-muoti tarkoittaa sekä miehille, että naisille suunnattua muotia. Ilmiö ja käsite syntyi 60-luvulla feminismi, seksuaalisen vallankumouksen, kansalaisoikeustaistelun ja sukupuolijärjestelmän kyseenalaistamisen seurauksena. Sekä miehet, naiset, että lapset vapautuivat hetkeksi sukupuolijärjestelmän ylläpitämistä säännöistä. Unisex tyyli kuitenkin yleisesti ottaen tarkoitti - ja yhä edelleen tarkoittaa maskuliinisten vaihtoehtojen tuomista tytöille ja naisille.

Suuri osa visuaalisesta merkistöstä, kuten väreistä ja symboleista, sisältää jonkinasteisia sukupuolisidonnaisia assosiaatioita, ja siten ovat sidoksissa jompaan kumpaan sukupuoleen. Tämän takia unisex vaatteet usein ovat yksinkertaisia ja riisuttuja, kuten vaatemerkki Zaran kritisoitu 'Ungenerated' -mallisto (kuva 6), joka koostuu yksinkertaisista miesten-vaatteista, joita on totuttu näkemään naisilla jo vuosikausia.

Tutkiessani unisex-käsitettä ja unisex-vaatemerkkejä törmäsin vaihtoehtoiseen ajatukseen, androgyniaan, jossa sukupuolisidonnaisten merkkien välttelyn sijasta niitä yhdistellään ja siten luodaan niin miehille kuin naisillekin suunnattuja vaatteita, joissa säilyy värien ja symbolien rikkaus. Androgynin muodin seurauksena värit ja symbolit lopulta menettävät sukupuolisidonnaisen latauksen ja vapautuvat yleisiksi persoonallisuuden ilmentämisen keinoiksi pukeutumisessa.



kuva 6. Vaatemerkki Zaran unisex-mallisto

5 Androgyniamyytti

Sana androgynia muodostuu latinan kielen sanoista *aner* eli mies ja *gyne* eli nainen (Vänskä 2006, 95). Androgynialla tarkoitetaan yksilön sosiaalista sukupuolta, jossa sekoittuu sekä maskuliinisia että feminiinisiä piirteitä. Androgyniaa esiintyy vanhoissa taruissa ja myyteissä, joissa se usein nähdään jumalaisena ja täydellisenä. Ehkä tunnetuin androgyniamyytti on Platonin, jossa hänen mukaansa Zeus halkaisi jumalia uhkaavat liian voimakkaat nelijalkaiset ja -kätiset ihmiset kahtia, luoden puolikkaat. Irtoleikatut puolikkaat jäivät kaipaamaan toisiaan ja rakkauden jumala Eros auttoi heitä löytämään toisensa. Androgynia siis nähdään vanhoissa taruissa ja myyteissä usein täydellisenä ja jumalaisena kokonaisuutena, jossa yhdistyy sekä mies että nainen. (Sipilä 1998, 21.)

Tänä päivänä androgyniaa voidaan pitää melko tavanomaisena. Täydellisiä mies - ja naisyksilön ominaisuuksia on vaikea määrittää ja siten tällaisia yksilöitä myös löytää. Sukupuolirooleja kyseenalaistetaan jatkuvasti, ja ne jatkavat hämärtymistään (kuva 7).

Markkinatalous ja media ovat tahoja, jotka sinnikkäästi pitävät kiinni sukupuolijaottelusta ja ylläpitävät totuttuja rooleja, symboleja ja konnotaatioita eli mielle yhtymiä. Ihmissyyden ja sukupuolisuuden stereotypit ja yksinkertaistukset ovat usein median keinoja herättää ihmisissä tunteita ja mielikuvia. Stereotypinen vastakohtainen asettelu on myös vahva osa heteroseksuaalisuutta, jota usein hyödynnetään mainonnassa. Sukupuolisidonnaistamalla tuotteita tavoitellaan suurempia myyntilukuja ja enemmän voittoa. (Yle uutiset, 2015.)



Kuva 7. Länsimaisia sukupuolinormeja kainalokarvoillaan rikkova nuori nainen

6 Moderni androgynia ja Z-sukupolvi

Moderni androgynia leikittelee sukupuolisymboleilla luoden kiinnostavaa visuaalista materiaalia. Hegemonisesta sukupuolen representaatiosta luovuttaessa yksilöllä on vapaus tulkita ja ilmentää itseään vapaammin. Tällöin kyse on myös yksilön arvojen ilmentämisestä visuaalisten merkkien avulla.

Sukupolvi-Z käsittää 1990-luvun lopulla ja 2000-luvun alussa syntyneiden ikäryhmää. Tutkimuksen mukaan Z-sukupolvi ei määrittele itseään tai muita henkilöitä sukupuolen perusteella eikä koe itseään muuttumattomana ja yksiselitteisenä vaan sosiaalisen kulttuurin kanssa kehittyvänä ja kasvavana yksilönä. Sukupolvi myös tuntee vähemmän painetta toteuttaa yksinomaan feminiinisiä tai maskuliinisia rooleja. (JWT Intelligence, 2016.)

Z-sukupolvelle pukeutuminen ei enää heijastele niin vahvasti yksilön seksuaalisuutta, vaan enemmänkin omaa syvempää olemusta. Mekot eivät ole enää mekkoja ja puvut pukuja vaan vaatteita, jotka ovat sukupuolettomia itseilmaisun keinoja. Myös värit ovat vapautuneet niihin liitetystä vahvoista konnotaatioista (kuva 8) (WGSN, 2016.)

Myös yritykset ovat ottaneet huomioon viimeisimmän kehityksen ja sukupuolirajojen hämärtyksen. Yksi merkittävä sukupuolirajojen hämärtymistä kuvaava ilmiö on esimerkiksi androgynit mallit, jotka esiintyvät niin miesten- kuin myös naistenvaatemallistojen lavoilla. Edistykselliset, nuoria asiakkaita tavoittelevat yritykset eivät enää profiloidu sukupuolijakoisesti, vaan pyrkivät laajentamaan asiakaskuntaansa kummallekin sukupuolelle. Esimerkiksi meikkijätti CoverGirl otti ensimmäisenä alan yrityksenä tuote-edustajakseen miespuolisen henkilön (WGSN, 2016).

GENDERLESS BEAUTY

THE NOTIONS OF GUY AND GIRL ARE OUTDATED THANKS TO A YOUNGER GENERATION'S CELEBRATION OF INDIVIDUALITY. THE BEAUTY INDUSTRY IS BECOMING SAVVY AND ALIGNING ITSELF WITH GENDER-NEUTRAL SENTIMENTS.



THE BEAUTY BUZZ

LD Magazine

WGSN

Beauty > Trend Watch > Beauty Buzz

Kuva 8. Värikonnotaatioita rikkova nuori mies

7 Androgynin muodin historia

Tässä luvussa käyn läpi merkittäviä androgynisiä hetkiä ja henkilöitä historiassa tarkoituksena antaa lukijalle konkreettinen käsitys androgyniasta.

7.1 Gabriel 'Coco' Chanel

Ensimmäisen maailmansodan jälkeen naisten rooli yhteiskunnassa oli muuttumassa. Muutokset näkyivät muun muassa naisten äänioikeudessa, mahdollisuudessa palkkatyöhön, lisääntyneessä itsenäisyydessä ja vapaudessa etsiä sosiaalista, poliittista ja seksuaalista itsemääritystä. (Vänskä 2006, 112.) Modernin naisen identiteetti määräytyi paljolti siitä, miltä hän näytti ja miten hän käyttäytyi. Coco Chanelin tarjoama naisten muoti oli keskeisessä roolissa modernin naiseuden representaation tuottamisessa. (Vänskä 2006, 114.)

"Chanel hylkäsi naiset passiivisiksi alistavat raskaat ja monikerrokset puvut korsetteineen ja toi tilalle miesten pukeutusta muistuttavan aktiiviseen elämään kannustavan tyylin (kuva 9). Väljä, muotoja korostamaton, poikamainenkin siluetti mahdollisti ensimmäistä kertaa naisen aktiivisuuden ja siten kumosi naisfeminiinisuuden paradigman, joka määritteli naisen liikkumattomaksi taideobjektiksi. Rhonda K. Garelickin mukaan Chanel vihasi muodin "yläluokkaista porvarillisuutta", joka sai "naiset brokadeissaan näyttämään vanhoilta notatuoleilta alas istuessaan". " (Vänskä 2006, 114.)

"Rhonda Garelickin mukaan suunnittelija uskoi, että naisilla oli mahdollisuus muuttaa elämänsä suuntaa vaattein. Chanelin päämääränä oli rohkaista naisia elämään kuten hän itse - fyysisesti esteetöntä, atleettista ja seksuaalisesti vapaata elämää." (Vänskä 2006, 114.)



Kuva 9. Chaneliin pukeutuneita naisia

7.2 Le Smoking

“was quite something for the stuffy bourgeois set to see women ‘take possession of man’s attire, and the freedom it gave her. It took her out of that spot where she was fragile.’”

- Violeta Sanchez

1950-luvun naisihanne oli kauneudestaan huolehtiva kodinhengetär, jonka suurin ilo ja luonnollinen tarve oli olla vaimo ja kotiäiti. Uranaiset kuvattiin usein onnettomina, sillä naisen itsenäisyys nähtiin luonnottomana. 1960-luvulla feminismi, kansalaisoikeustaiston sekä seksuaalisen vallankumouksen myötä naisten sen hetkinen asema kuitenkin kyseenalaistettiin. (Kaiser 1997, 86.)

Miesten puku on ollut hegemonisen maskuliinisuuden symboli jo yli 200 vuotta (Kaiser, 2012, 129). 1966 Yves Saint Laurent toi markkinoille naisten smokin ‘Le Smoking’ (kuva 10), joka nousi naisen vapautumisen symboliksi ja yhdenvertaisti smokkia pitävän naisen suhteessa mieheen. Pukeutuminen on merkittävä osa sukupuolinnormeja ja siten se on vahva väline myös niiden murtamisessa.

‘Le Smoking’ oli niin moderni, että sitä paheksuttiin ja se oli kielletty useimmissa ravintoloissa. Naisen ei ollut hyväksyttävää pitää housuja julkisesti. (Whowhatwear, 2015.)



Kuva 10. Le Smoking

7.3 Peacock Revolution

Miesten pukeutumisen modernin historian värikkäin hetki 'Peacock Revolution' elettiin 1960-1970 luvuilla. Ilmiö sai alkunsa Lontoon Carnaby streetin nuorista suunnittelijoista, jotka halusivat tuoda takaisin miesten pukeutumisen menneiden aikojen mahtipontisuuden ja yltäkylläisyyden, joka menetettiin Ranskan vallankumouksen myötä. (Paoletti 2015, 59.)

Tyyli vapautti miehet hetkeksi vakavasta ja hillitystä pukeutumisesta. Ensimmäistä kertaa modernin pukeutumisen historiassa mies saattoi olla seksikäs, romanttinen ja feminiininen. Tyyliin kuuluivat pitkät hiukset, hoikat vartalot ja yltäkylläinen pukeutuminen värikkäisiin ja kuvioituihin vaatteisiin, koruihin ja huiveihin. Jimi Hendrix omaksui tyylin monen muun muusikon tavoin (kuva 11).



Kuva 11. Jimi Hendrix

7.4 1980 -ja 1990-luvun popkulttuuri

80 -ja 90-luvuilla sukupuolinormeja rikottiin kumpaankin suuntaan. Naiset yrittivät tulla otetuiksi tosissaan työelämässä ja voimaantuivat naisten business puvusta, niin kutsumista power suitista, suurine olkatoppauksineen. Punk ja grunge musiikkityylien edustajat ottivat kantaa sivuuttamalla biologisen sukupuolensa ja asettamalla edustamansa tyylin pukeutumisen pohjaksi. Nirvanan solisti Kurt Cobain esiintyi kukkamekoissa ja kuvasi itseään feministiksi. Popmuusikot, kuten Michael Jackson, Prince (kuva 12), Grace Jones, Annie Lennox ja Madonna, shokeerasivat sekoittamalla sekä feminiinisiä että maskuliinisia piirteitä omassa olemuksessaan. (Bustle, 2016.) Oman minän vastakkaisen sukupuolen piirteiden tunnistaminen tuntui olevan ajan pop-ikoneille tärkeää.



Kuva 12. Prince

8

Suunnittelu- prosessi

Tässä luvussa avaan suunnitteluprosessia aina inspiraatiosta ja luonnoksista valmiisiin malleihin. Kerron hieman myös omasta suunnittelijaidentiteetistäni sekä sukkasuunnittelun erityispiirteistä.

8.1 Suunnittelun lähtökohdat

Sukka on jokapäiväinen ja usein huomiotta jäävä tuote. Viime aikoina se on kuitenkin noussut useiden sukkabrändien, kuten ranskalaisen Bonne Maison-merkin myötä välttämättömyydestä asusteeksi ja vahvaksi elementiksi pukeutumisessa (kuva 13). Tässä luvussa käyn läpi sukkamalliston suunnitteluprosessia aina luonnostelusta valmiisiin malleihin.

Mallisto koostuu kuudesta erilaisesta sukkamallista. Suunnittelussa pyritään luomaan eheä kokonaisuus, joka noudattaa mallistomaista luonnetta. Kokonaisuus siis sisältää tyylliltään erilaisia malleja, jotka tukevat toisiaan ja sopivat eri käyttötarkoituksiin ja tilanteisiin.

8.2 Neulotun pinnan suunnittelu

Suunnittelussani arvostan omaa kädenjälkeäni ja haluan, että se näkyy. Kädenjälki tarkoittaa minulle sattumanvaraista ja elävää pintaa, jossa on tilaa virheille. Pidän maalaamisesta sen kontrolloimattomuuden vuoksi. Tulkitessani aihetta maalaamalla, jälki on abstraktia ja tunteenomaista. Väripinnat ja muodot kertovat tarinaansa jättäen tulkinanvaraa.

Neulottua pintaa suunnitellessa minua häiritsee oman kädenjalan hukkuminen pikseleihin. Pisteet tahtovat järjestyä tasaisiksi riveiksi ja siisteiksi värialueiksi. Oma tavoitteeni tässä suunnitteluprosessissa oli saada säilytettyä oma kädenjälkeni neulospinnassa. Pyrin muokkaamaan luonnosta (kuva 16 s. 20) suunnitteluohjelmassa vain pakollisen määrän, jotta pinnan elävyys säilyisi.

Neulesuunnittelussa suunnittelutyö tehdään tietokoneohjelmaa, esimerkiksi Photoshopia apuna käyttäen. Pikselit kuvaavat neuleen silmukoita ja yksi pikseli vastaa yhtä silmukkaa valmiissa neuleessa. Silmukoita on rajallinen määrä ja se määräytyy varren leveyden mukaan.



Kuva 13. Bonne Maison -merkin sukkia

"I am not ashamed to dress 'like a woman' because I do not think it's shameful to be a woman." - Iggy Pop

8.3 Inspiraatio ja teema

Tutkimusta tehdessäni kiinnitin eniten huomiota siihen, kuinka säädeltyä, rajoitettua ja muuttumatonta miesten pukeutuminen on kautta historian ollut. Jopa unisex-pukeutumista rajoittaa maskuliinisuuden vaarantumisen pelko, joka ohjaa miesten pukeutumista.

Halusin suunnittelussani puuttua tähän epäkohtaan ja tuoda androgynian hengessä feminiinisyttä malleihin. Inspiroiduin värikkäistä koiraspapukaijoista, jotka päihittävät koreudellaan vaatimattomamman näköiset naaraslinnut.

Rakastan matkustamista ja inspiroidun jatkuvasti kaukaisista maista, vieraista kulttuureista sekä eksoottisesta luonnosta. Eipä siis ihme, että tässäkin työssä mieli hakeutui eksootiseen ja itselle tuntemattomaan luontoon. Kun inspiraatio kumpuaa itselle vieraasta asiasta, jää mielikuvitukselle ja luovuudelle enemmän tilaa. Tuttuja asioita on joskus vaikea kuvata ilman häiritseviä skeemoja.

Selkeyttääkseni ajatuksiani mallistosta, loin suunnittelun tueksi moodboardin. Moodboardissa pyrin muutaman kuvan avulla visualisoimaan malliston teemaa ja tunnelmaa. Lisäksi siihen on sisällytetty myös malliston värikartta (kuva 15 s. 22).

8.4 Väri

Käytössäni oli toimeksiantajan 57 värin lankakartta, josta koostin itselleni yhdeksän värin värikartan (liite 1). Halusin väreihin pastellisia, murrettuja sekä kirkkaita värejä edustamaan feminiinisyttä ja maskuliinisuutta. Inspiraation lähde sekä malliston sijoittuminen kesään vaikuttivat myös värivalintoihin. Pidän itse väreistä, ja uskon, että ne ovat yksi onnistuneen suunnittelun lähtökohta.

Neulontateknisistä syistä sukkamallissa voi olla enintään neljä eri väriä. Tein jokaiselle mallille kolme värivaihtoehtoa, joista valitsin yhden toteutettavaan prototyyppiin. Tämä käytäntö on minulle tuttu Sukkamestareiden toimintamalli, samoin kuin myös sukasta tehtävä tasokuva, josta selviää tekniset tiedot, väri ja yleisilme (kuva 17 s. 24-26). Eri väriyksillä pyrin tuomaan esille värin vaikutusta mallissa. Väritystä muuttamalla saadaan aikaan erilainen tyyli ja tunnelma.

8.5 Kohderyhmä

Malliston kohderyhmä valikoitui luonnollisesti tutkimuksen edetessä. Ennakkoluulottomasti sukupuolirajoja rikkova Z -sukupolvi on malliston kohderyhmä, sekä lisäksi ajankohtainen ja inspiroiva aihe (kuva 14).

Z-sukupolvi on pukeutujana ennakkoluuloton ja rohkea. Sukupuoli ei määritä tai rajoita yksilön pukeutumista ja oman persoonan ilmentäminen pukeutumisella on tärkeää.

THE GENDERLESS GENERATION

CONSUMER INSIGHT



Fashion Week Streets

As younger consumers question gender roles, they are seeking out versatile, androgynous styles as a means of self discovery.

Kuva 14. Nuoria kuluttajia



Kuva 15. (viittaus s. 21) Moodboard sekä värikartta



Kuva 16. (viittaus s. 20) Luonnoksia

I JUNGLE

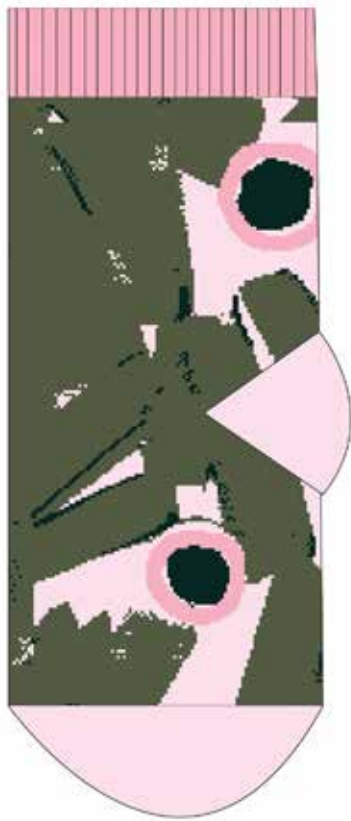


II POND



Kuva 17. (viittaus s. 21) Tasokuvat ja värivaihtoehdot

III PARROT



IV OASIS



V ORCHID



VI BEBBLE



9

Lookbook

Tunnelmakuvilla visualisoin lukijalle sukkamallien lisäksi niiden kuvitteellisen käyttäjän. Kuvissa sekoittuu sukupuolen lisäksi todellisuus ja fantasia, liike ja pystäytyneisyys.



Kuva 18.



Kuva 19.



Kuva 20.



Kuva 21.



Kuva 22.



Kuva 23.



Kuva 24.

10 Lopuksi

Opinnäyteprosessi piti sisällään paljon uuden oppimista, sekä jo olemassa olevan osaamisen hyödyntämistä että syventämistä. Mallistomainen suunnittelu oli uutta ja innostavaa. Oma kiinnostukseni neuleisiin kasvoi prosessin myötä ja käteen jäi halu tehdä lisää neulesuunnittelua.

Sukupuolen ja pukeutumisen tutkimus oli todella mielenkiintoista, mutta siitä kirjoittaminen haastavaa. Aihe on todella laaja ja kaikkea muuta kuin yksiselitteinen. Onnistuin kuitenkin mielestäni kokoamaan työlleni tärkeimpiä aiheita ja faktoja tutkimuksessani.

Alkuperäinen tavoite kymmenestä sukkamallista ei toteunut, sillä mallien työstäminen oli luultua hitaampaa. Olen kuitenkin tyytyväinen onnistuessani tavoittamaan halutun ilmeen kuudessa mallissa, jotka luovat hyvän kokonaisuuden.

Tasapainon löytäminen feminiinisen ja maskuliinisen välillä sekä oman androgyynisen muotokielen löytäminen osoittautuivat suurimmiksi haasteiksi itse suunnittelussa.

Olen iloinen saadessani toteuttaa tämän projektin itselleni tärkeästä aiheesta. Suunnittelulle soisin näin jälkikäteen katsoen enemmän aikaa, mutta olen silti tyytyväinen lopputulokseen ja kehitykseeni neulesuunnittelijana.

Hankkeistaja piti kovasti sukkien ilmeestä, mutta koki ne enemmänkin naisille sopivina. Sukkia esiteltiin hankkeistajan toimesta myös asiakkaille, joiden mielestä mallit eivät olleet tarpeeksi kaupallisia (Liite 2).

Itse näen mallit enemmän designsukkina kuin markettisukkina jo niiden kohderyhmän ja suunnitteluideologian vuoksi.

Lähteet

Kirjallisuus

- Kaiser, Susan B. 1997. *The social psychology of clothing: symbolic appearances in context*, New York: Capital Cities Media.
- Kaiser, Susan B. 2012. *Fashion and Cultural Studies*, New York: Bloomsbury Publishing Plc.
- Kivioja, Kreetta-Maria. 2015. Tutkija: Sukupuolierosta tehdään nyt merkittävämpää kuin pitkään aikaan.
<http://yle.fi/uutiset/3-8018212> Luettu 20/12/2016
- Paoletti, Jo B. 2015. *Sex and Unisex: Fashion, Feminism, and the Sexual Revolution*, Indiana University Press.
- Sipilä, Petri 1998. *Sukupuolitettu ihminen - kokonainen etiikka*, Tampere: Gaudeamus.
- Vänskä, Annamari 2006. *Vikuroivia vilkaisuja: Ruumis, sukupuoli, seksuaalisuus ja visuaalisen kulttuurin tutkimus*, Jyväskylä: Gummerus Oy.

Internetlähteet





- http://www.jwt.com/blog/consumer_insights/meet-generation-z-in-j-walter-thompson-companys-latest-trend-report/
 Luettu 20/12/2016
- <http://www.whowhatwear.co.uk/yves-saint-laurent-le-smoking-suit/> Luettu 15/12/2016
- Rosie. W. <https://www.bustle.com/articles/135088-26-gender-bending-fashion-moments-from-the-90s-that-were-everything-photos> Luettu 30/12/2016
- <http://sukkamestarit.fi/> Luettu 14/02/2017

Kuvälähteet

- 1 www.huffingtonpost.ca/2016/01/27/jaden-smith-vogue-korea_n_9089824.html.jpg
- 2 <http://www.sinivalkoinenjalanjalki.fi/tarinat/maamme-suurin-sukkavalmistaja-luottaa-suomalaiseen-suunnitteluun-ja-tuotantoon/>
- 3 <http://www.spettegules.it/2016/03/15/jaden-smith-non-vedo-differenze-uomini-donne-nellabbigliamento/>
- 4 <https://jasonstravelsdotcom.files.wordpress.com/2013/10/trinquesse-louis-rolland-elegant-interior-w-two-ladies-and-a-gentleman.jpg>
- 5 <http://www.jonandciara.com/when-where/#dress-code>
- 6 <https://mic.com/articles/137051/zara-new-ungendered-line-is-clothing-for-the-people-all-people#.o9Ewt6j7I>
- 7 www.youtube.com/watch?v=SjDO6fuoUvY.jpg
- 8 https://www-wgsn-com.ezproxy.metropolia.fi/content/board_viewer/#!/69688/page/1
- 9 <https://www.notjustalabel.com/editorial/does-society-choose-your-wardrobe-you>
- 10 <http://definitelygolden.com/2012/12/classic/.jpg>
- 11 <http://musictour.eu/bg/albums/view/1065.jimi-hendrix.html>
- 12 <http://medial.fdncms.com/gambit/imager/u/original/2926897/prince.jpg>
- 13 <http://shopwallflower.com/product/domino-deer-socks/>
- 14 https://www-wgsn-com.ezproxy.metropolia.fi/content/board_viewer/#!/68734/page/1
- 15 <http://thegraphicsfairy.com/tropical-leaves-printable/>, <https://commonbirds.wordpress.com/2012/06/24/sunday-sunday/>,
<http://wallpapermonkey.com/fi/lintuja/2484/>
- 16-24 kirjoittajan omia kuvia malleina Helena Okkonen ja Viivi Räsänen

Liitteet

Liite 1. Sukkamestarien lankakartta

		37x1 CO			
	100	100	4101	164	
	110	840	0835	166	
	120 kevät	434	506	167	
	120 syksy	295	3625	168	
	121	256	62094	169	
	122	0490	3911	171	
	130	3470	3756	172	
	131	1137	95	174	
	132	606	62136	175	
	133	0276	61288	176	
	134	30538	876	177	
	135	3474	235	178	
	136	105	331	179	
	137	8689	503	181	
	138	6192	624	182	
	139	998	3678	185	
	140	3308	612	186	
	143	3306	622	187	
	145	3910	0649	188	
	146	3364	893	192	
	150	3108	731	194	
	152	566	118	195	
	155	1104	10666	197	
	160	144	146	199	
	161	446	189	777	
	162	0524	81597	150	
	163	183			

SUKKAMESTARIT OY

KUUKUJA 2-4
33420 TAMPERE
puh. 03-347 5000
fax. 03-347 5020

10.5.2017

Mira Skyttälä
Opinnäytetyön malliarviointi

Toteutimme Miran suunnittelemat opinnäytetyön sukkamallit. Neulontateknisesti mallit onnistuttiin hyvin neulomaan.

Mallit olivat hyvin erilaisia ja mielenkiintoisia, kuin meidän oma mallistomme yleensä on.

Esittelimme Miran malliston suurimmille asiakkaillemme, joihin kuuluu Prisma, K-Citymarket, Tokmanni ja Kokkolan Halpa-Halli.

Asiakkaamme pitivät malleja mielenkiintoisina, mutta eivät kaupallisina heidän kuluttajilleen.

He perustelivat asiaa mm. väriyksillä, väriyhdistelmillä sekä kuvioiden suurella koolla.

Monet asiakkaat myös kokivat, että mallit olivat enemmän naisille suunnattuja.

Miran opinnäytetyömallit sopivat vielä tällä hetkellä paremmin erikoisliikkeille myytäväksi, jotka ovat keskittyneet erilaistuneiden mallistojen myyntiin, ja haluavat erottua perinteisistä marketketjuista.

Ystävällisin terveisin
Kati Kuivasto
Tuoteryhmäpäällikkö
Sukkamestarit Oy
kati.kuivasto@sukkamestarit.fi